

SEO vs GEO
Die Strategie
für den digitalen
Vorsprung.



Maximale Sichtbarkeit deiner Online-Präsenz im KI-Zeitalter:

So wird deine Online-Präsenz zur Top-Empfehlung
für deine Kunden!

Von KI-Systemen wie ChatGPT zur Top-Empfehlung

Gewinne die Antwort – nicht nur den Klick

Maximale Sichtbarkeit durch klare Datenstruktur

Mehr Autorität für nachhaltige KI-Präsenz

Vorsprung durch die Kombination aus SEO und GEO



KI-Sichtbarkeit für deine Webseite: SEO vs. GEO einfach erklärt

Bisher war die Welt des Online-Marketings recht übersichtlich: Wer bei Google oben stehen wollte, betrieb SEO (Suchmaschinenoptimierung). Doch das Blatt wendet sich. Immer mehr Menschen nutzen Tools wie ChatGPT, Perplexity oder die Google AI Overviews, um direkt Antworten auf ihre Fragen zu erhalten, anstatt sich durch eine Liste von Links zu klicken.

Für dich als Webseiten- oder Shop-Betreiber bedeutet das: Deine Inhalte müssen nicht mehr nur „gefunden“, sondern von der KI als beste Antwort „ausgewählt“ und zitiert werden.

Was ist der Unterschied?

Klassische Suche trifft auf Antwort-Maschinen

— **SEO (Search Engine Optimization):**

Hier geht es darum, für bestimmte Suchbegriffe weit oben in den blauen Links von Google zu erscheinen, um den Klick auf die eigene Seite zu gewinnen („Win the Click“). SEO ist die Grundlage für GEO und daher weiterhin sehr wichtig.

— **GEO (Generative Engine Optimization):**

Dies ist die Optimierung für KI-Antwortmaschinen. Das Ziel ist nicht mehr nur der Klick, sondern die Erwähnung oder das Zitat in der Antwort der KI („Win the Answer“). Als Basis dient hier SEO weiterhin.

Deine Strategie

für maximale Sichtbarkeit in der KI-Suche

Hier findest du Antworten auf die wichtigsten Fragen, wie du deine Website oder deinen Shop fit für die Zukunft der Suche machst.

Wird die Künstliche Intelligenz (KI/AI) die SEO-Suche ablösen?

Nicht komplett, aber sie verändert die Spielregeln massiv. Du kannst SEO nicht einfach komplett an die KI auslagern, aber sie kann dir extrem effektiv zuarbeiten. Klassisches SEO wird heute durch GEO (Generative Engine Optimization) ergänzt, weil immer mehr Nutzer Antworten direkt von Systemen wie ChatGPT erhalten, anstatt sich durch Ergebnislisten zu klicken.

In der KI-Suche zählen weniger die Platzierungen in Listen, sondern vielmehr Citations (Zitate) und Mentions (Erwähnungen) direkt in der Antwort der KI.

Was heißt GEO eigentlich genau?

GEO steht für Generative Engine Optimization. Manchmal wird auch der Begriff LLMO (Large-Language-Model-Optimierung) verwendet. Es bedeutet, dass du deine Inhalte so aufbereitest, dass KI-Assistenten wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity sie korrekt verstehen, zitieren und möglichst oft empfehlen.

Kurz gesagt:

Du machst deine Website fit für die nächste Generation der Suche.

Wie kann ich meine KI-Suche und meine Sichtbarkeit testen?

Du hast zwei Möglichkeiten, um zu prüfen, wie die KI dich wahrnimmt:

- **Manuelle Tests:** Führe regelmäßig selbst Abfragen in Systemen wie ChatGPT Search oder Perplexity AI durch und schau nach, ob und wie dein Unternehmen in den Antworten auftaucht.
- **Spezialisierte Tools:** Nutze sogenannte Prompt-Tracker wie Otterly.AI, Peec AI oder rankscale, die gezielt messen, wie oft deine Marke in KI-Antworten erscheint. Auch SEO-Plattformen wie SE Ranking bieten mittlerweile ChatGPT-Tracker an.

Deine Strategie

für maximale Sichtbarkeit in der KI-Suche

Warum wird meine Website bei ChatGPT & Co. nicht gefunden?

Das kann verschiedene technische oder inhaltliche Gründe haben:

- **Zugriff verweigert:** Du musst in deiner robots.txt-Datei den Zugriff für KI-Crawler wie den GPTBot oder den CLAUDEbot explizit erlauben.
In eboxx® Instanzen sind grundsätzlich alle „wichtigen“ KI-Bots erlaubt.
- **Fehlende Struktur:** Ohne strukturierte Daten (z. B. nach schema.org) kann die KI Fakten wie deine Preise, Öffnungszeiten oder Bewertungen schwerer einordnen.
Schema.org ist in eboxx® per Standard hinterlegt (Produkte, Adressen, Events, u.v.m.)
- **Kein „Web of Consensus“:** KI-Systeme vertrauen dir eher, wenn verschiedene vertrauenswürdige Quellen im Netz (Vergleichsportale, Fachartikel, Rezensionen) das Gleiche über deine Marke sagen.

Was ist eine LLMs.txt-Datei und wofür brauche ich sie?

Die LLMs.txt ist eine einfache Textdatei im Hauptverzeichnis deiner Website. Sie dient als eine Art „Serviervorschlag“ für Sprachmodelle.

Damit hilfst du der KI, den Kontext deiner Seite sofort zu erfassen, und beugst sogenannten „Halluzinationen“ (Falschinformationen) vor, da du der KI die Fakten direkt mundgerecht servierst.

„Die Verwendung von LLMs.txt lohnt sich im Moment wahrscheinlich nicht, es sei denn, Sie sind einfach neugierig und möchten experimentieren.“ (Quelle: Semrush)

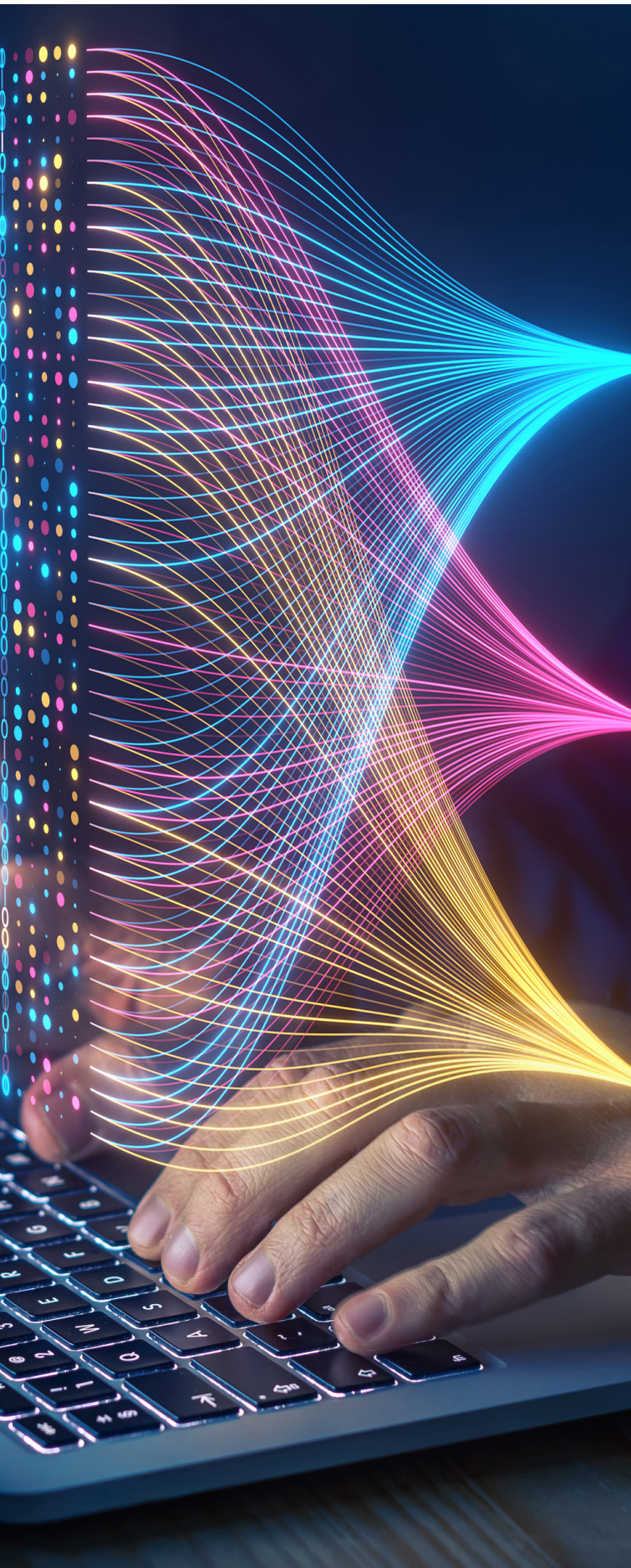
Welche Kennzahlen sollte ich im Auge behalten?

Um deinen Erfolg in der KI-Suche (GEO) zu messen, werden neue Werte wichtig:

- **AI-Share of Voice:** Wie oft tauchst du im Vergleich zu deinen Wettbewerbern in den KI-Antworten auf?
- **Citations vs. Mentions:** Wirst du nur namentlich erwähnt oder verlinkt die KI dich auch als vertrauenswürdige Quelle?
- **LLM Traffic:** Wie viele Besucher kommen wirklich über Verweise von ChatGPT oder Perplexity auf deine Seite? Das kannst du z. B. in Google Analytics tracken.

Dein Fahrplan für die KI-Suche:

In 3 Phasen zur Top-Empfehlung in ChatGPT & Co.



Phase 1:

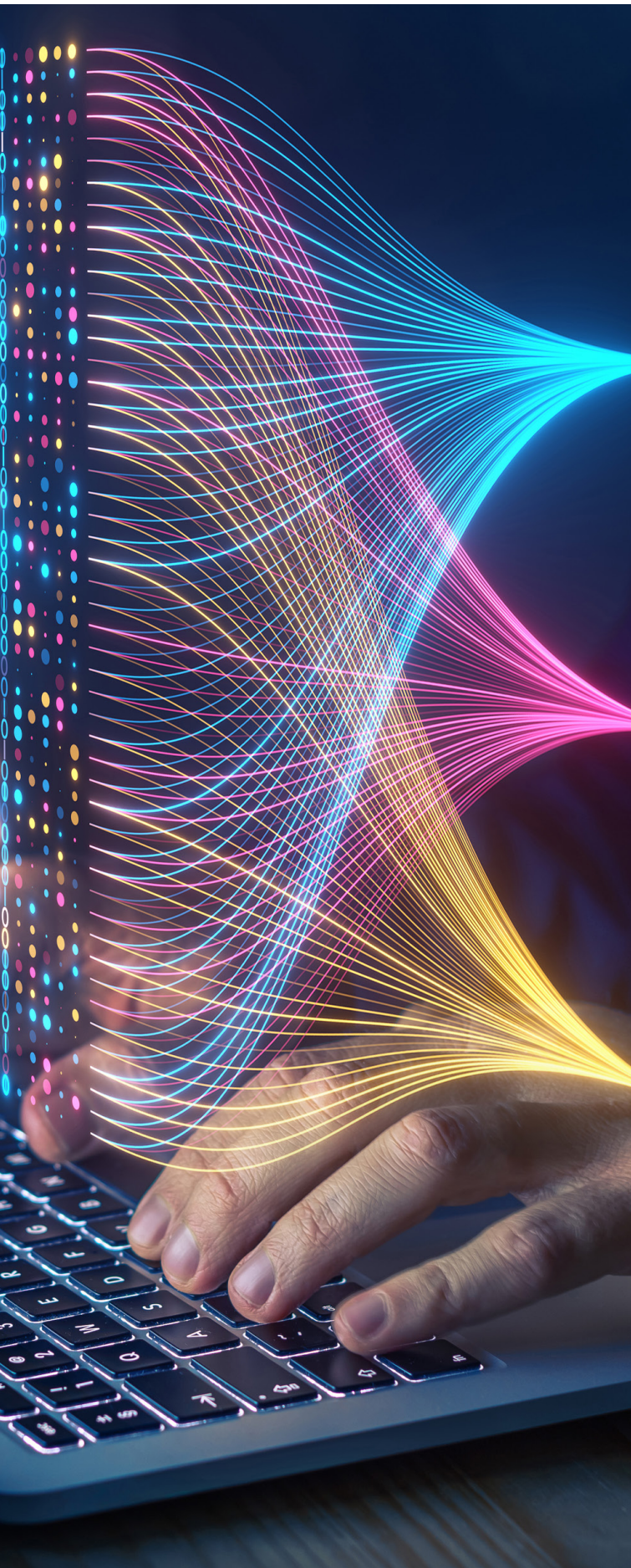
Technische Grundlagen

(Maschinenlesbarkeit schaffen)

- 1. KI-Crawler in der robots.txt freigeben:**
Stelle sicher, dass moderne KI-Bots wie der GPTBot (OpenAI), CLAUDEbot (Anthropic) oder der Common Crawl Zugriff auf deine Inhalte haben. Ohne diese Freigabe bleibst du für viele KIs unsichtbar.
- 2. Strukturierte Daten (Schema.org) implementieren:**
Hinterlege zentrale Informationen wie Preise, Öffnungszeiten, Veranstaltungen oder Bewertungen als strukturierte Daten. Dies hilft der KI, deine Inhalte eindeutig einzuordnen und als Fakten zu verarbeiten.
- 3. Eine LLMs.txt-Datei erstellen:**
Hinterlege diese Datei im Hauptverzeichnis deiner Webseite. Sie dient als „Serviovorschlag“ für Sprachmodelle, bündelt die wichtigsten Infos kompakt und beugt so Falschinformationen (Halluzinationen) durch die KI vor. Derzeit wird diese Datei von ca. 950 Domains (weltweit) verwendet. Es werden permanent mehr, daher ist es rentabel, sich mit diesem Thema zu beschäftigen und zu experimentieren.
- 4. Für den Bing-Index optimieren:**
Da viele KI-Anwendungen (wie die ChatGPT-Suche) auf den Bing-Index zugreifen, solltest du sicherstellen, dass deine Seite dort technisch einwandfrei gelistet ist.
- 5. Sitemaps aktuell halten:**
Eine saubere XML-Sitemap hilft KI-Tools dabei, neue oder aktualisierte Inhalte deiner Website schneller zu finden.

Dein Fahrplan für die KI-Suche:

In 3 Phasen zur Top-Empfehlung in ChatGPT & Co.



Phase 2:

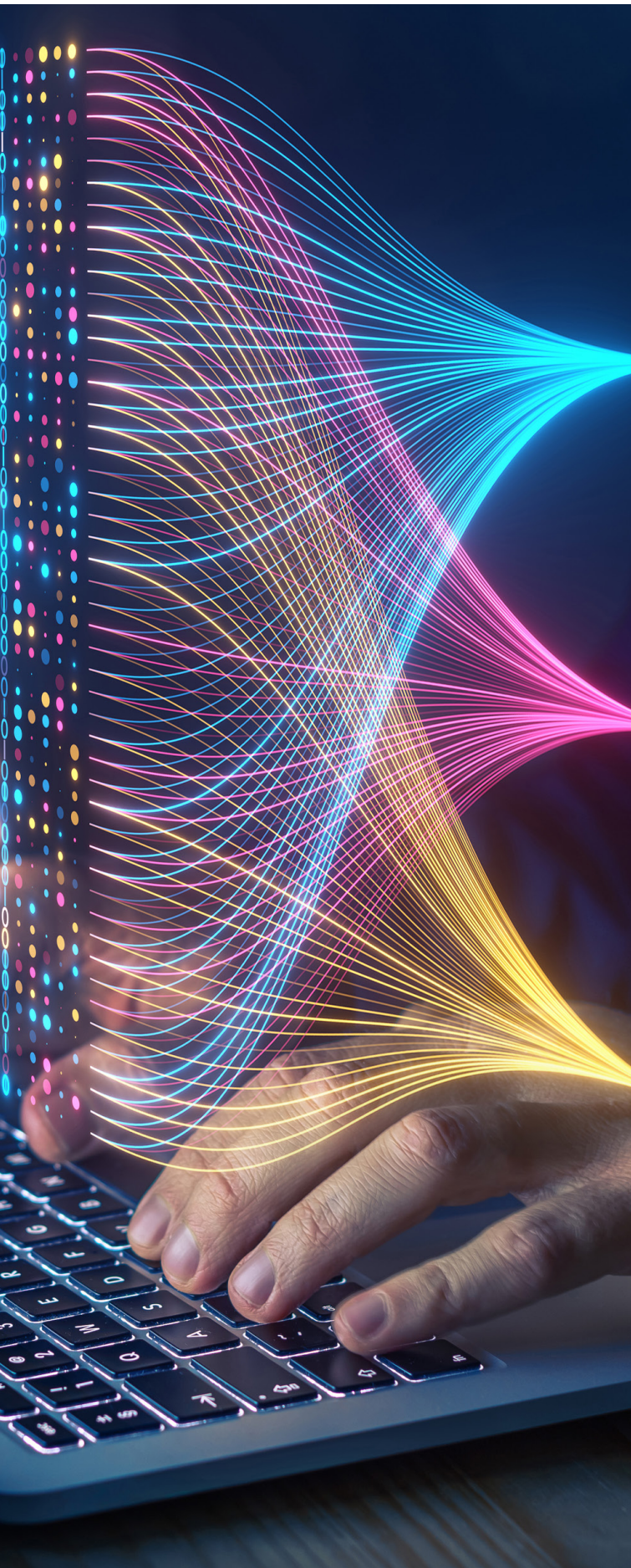
Content-Strategie

(Inhalte für Antworten aufbereiten)

- 1. Frage-Antwort-Strukturen (FAQs) nutzen:**
Erstelle einen F&A-Bereich mit echten Kundenfragen. Formuliere kurze, präzise Antworten direkt am Anfang eines Absatzes, da diese Struktur für KI-Systeme besonders gut verwertbar ist.
- 2. Unique Content (Einzigartigkeit) schaffen:**
Veröffentliche hochwertige, eigene Inhalte wie Studien, Expertenmeinungen, Fallstudien oder Infografiken. Austauschbare KI-Texte werden von Answer Engines oft ignoriert; echte Expertise (E-E-A-T) wird bevorzugt.
- 3. Barrierefreiheit für die KI:**
Beschreibe Bilder und Videos konsequent mit Alt-Texten und Transkripten. So können KI-Systeme auch deine Medieninhalte verstehen und in ihre Antworten einbeziehen.
- 4. Klare Seitenstruktur einhalten:**
Nutze eindeutige H1- bis H3-Überschriften, Listen und Tabellen. Das erleichtert es der KI, den Kontext deiner Seite sofort zu erfassen.

Dein Fahrplan für die KI-Suche:

In 3 Phasen zur Top-Empfehlung in ChatGPT & Co.



Phase 3:

Autorität & Vertrauen

(Das „Web of Consensus“)

- 1. Präsenz auf Drittplattformen ausbauen:**
Sorge für Erwähnungen und positive Bewertungen auf autoritativen Seiten wie Vergleichsportalen, Fach-Blogs oder Branchenverzeichnissen. KI-Modelle vertrauen dir mehr, wenn verschiedene Quellen im Netz das Gleiche über deine Marke sagen.
- 2. Einheitliches Markensentiment pflegen:**
Achte darauf, dass deine Marke über verschiedene Kanäle hinweg konsistent und positiv wahrgenommen wird, um als vertrauenswürdige Empfehlung gelistet zu werden.
- 3. Monitoring und regelmäßige Tests:**
Führe manuelle Tests in ChatGPT Search oder Perplexity AI durch. Nutze zusätzlich Tools wie den ChatGPT Visibility Check oder spezialisierte SEO-Suiten (z. B. SE Ranking), um deinen „AI-Share of Voice“ zu messen.



Die xoo design GmbH ist eine österreichische Softwareschmiede mit Sitz in Röns (Vorarlberg), die seit über 25 Jahren innovative digitale Lösungen entwickelt. **Mit ihrer Spezialisierung auf maßgeschneiderte Websites und Online-Shops** – insbesondere für Apotheken – verbindet das Unternehmen technisches Know-how mit branchenspezifischer Expertise.

Im Zentrum steht das eigens entwickelte eboxx®-System, eine **leistungsstarke All-in-One-Plattform für Webauftritte, E-Commerce und digitale Geschäftsprozesse**. Dieses modulare System ermöglicht individuelle, skalierbare Lösungen – von klassischen Websites bis hin zu komplexen Shop- und Multi-Page-Systemen.

Als erfahrener Digitalisierungspartner begleitet xoo design Unternehmen von der Idee über die Umsetzung bis zur laufenden Optimierung. Der Fokus liegt dabei auf effizienten, unabhängigen und zukunftssicheren Lösungen, die speziell auf die Anforderungen moderner Branchen – wie dem Apothekenmarkt – zugeschnitten sind.

RÜCKFRAGEN?

Thomas Sandholzer: +43 664 7500 9843
Giselher Burghard: +43 664 16 31 833
office@xoo.cc | thomas@sandholzer.cc